

## Пресс-релиз

30 марта 2020

Наталья Игнатьева  
Александр Федотов  
[ru@gfk.com](mailto:ru@gfk.com)  
Т + 7 495 937 7222

### Исследование GfK: на рынке бытовой техники и электроники - рекордные продажи перед затишьем

**Москва, 30 марта 2020 – Накануне карантина предусмотрительные российские потребители по-максимуму закупились техникой. И оказались не так уж и неправы. В ближайшие недели в связи с закрытием протоварных офлайн магазинов на карантин, потребители смогут сделать покупки разве что в режиме онлайн. Но этот факт, скорее всего, покупателей не остановит. Все спешат закупиться по старым ценам.**

По данным мониторинга розничных продаж GfK, на 12 неделе 2020 года продажи ноутбуков подскочили более чем в двое по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Рекордные темпы роста продаж отмечались и в других ключевых категориях на рынке бытовой техники и электроники.

Таб. 1 Динамика спроса в ключевых категориях на рынке бытовой техники и электроники в России, за 12 неделю 2020 года по сравнению с 12 неделями 2019 года, данные ритейл-панели GfK

Категория	Динамика в штуках
Смартфоны	19%
Телевизоры	55%
Ноутбуки	138%
Холодильники	85%
Электроплиты	37%
Стиральные машины	58%

GfK SE  
Nordwestring 101  
90419 Nuremberg  
Germany  
Т +49 911 395 0

Management Board:  
Peter Feld (CEO)  
Lars Nordmark (CFO)

Supervisory Board Chairman:  
Ralf Klein-Bölting

Commercial register:  
Nuremberg HRB 25014

По данным исследований GfK, продажи ноутбуков начали расти еще на 10-11 неделе 2020 года.

«По опыту прошлых лет мы видим, что резкий скачок курса является очень сильным стимулом для российских потребителей, чтобы срочно реализовать отложенные планы покупки техники и электроники, пока цены не изменились. Но, конечно, и подготовка к переходу на удаленную работу - а далее и на карантин - из-за коронавируса, также сказалась на рынке», - говорит Андрей Серегин, старший консультант отдела исследований промышленных товаров GfK Rus

На 10 неделе 2020 г. рост продаж ноутбуков составил 10% по сравнению с предыдущей неделей, а продажи 11 недели 2020 были на 27% выше, чем на 10 неделе 2020. Если сравнивать с прошлым годом, то продажи 10 недели 2020 года оказались на 18% ниже аналогичного периода прошлого года - тогда рынок очнулся после введения 20% НДС и под 8 марта были высокие продажи мобильных компьютеров. Но уже на 11 неделе 2020 года было куплено компьютеров на 50% больше, чем в прошлом году.

На 12 неделе бум покупок ноутбуков продолжался и в результате продажи выросли еще на 50% над уровнем рекордной 11 недели. По сравнению с 12 неделей прошлого года продажи традиционной торговли удвоились, а онлайн - более чем утроились. Больше всего выросли продажи ноутбуков ценой выше 40 тыс. рублей, среди которых высока доля моделей, покупаемых в качестве апгрейда предыдущего компьютера. С точки зрения функциональных сегментов наиболее популярными оставались ноутбуки средней производительности. Впрочем, продажи игровых компьютеров выросли более чем в 4 раза. Видимо, компьютерные игры будут одним из популярных способов спастись от скуки в период карантина.

На рынке крупной бытовой техники на 11 неделе также наблюдалось существенное увеличение темпов недельного роста продаж в штучном выражении относительно аналогичных периодов 2019 года. Это ускорение охватывает все категории, входящие в мониторинг GfK, но отличается масштабом: категории посудомоечных машин, встраиваемых духовых шкафов и варочных поверхностей, а также сушильных машин приросли в объеме продаж минимум в 2 раза, в то время как остальные категории показали не такие высокие темпы (в диапазоне от 30 до 70 процентов).

Электроплиты: на 12-й неделе 2020 года по сравнению с 11-й неделей этого года рост в штуках был не столь большой, но прирост спроса по сравнению аналогичным периодом годом ранее оказался выше более чем на треть.

Холодильники: на 12-й неделе спрос на холодильники вырос на 85% (в штуках) по сравнению с прошлым годом. Рост обеспечен сильным (+122% vs 12-я неделя 2019 г.) увеличением продаж в чистых онлайн игроках, плюс в кухонном канале прошли активные промоакции отдельных брендов.

А вот в категории стиральных машин, возможно, пик ажиотажного спроса уже пройден. На 12-й неделе по сравнению к предыдущей неделе этого года наблюдалось падение, так как слишком уж высокой была 11-я неделя. Год к году рынок растёт (+58%) за счёт ведущих игроков, особенно за счёт промопредложений, которые делают некоторые бренды. При этом практически весь прирост продаж приходится на онлайн.

В секторе малой бытовой техники также наблюдалось ускорение темпов продаж, однако величины приростов оказались в среднем меньше, чем в случае с крупной бытовой техникой. Так, одни из самых высоких показателей продемонстрировали категории пылесосов, отпаривателей для одежды, устройств для ухода за полостью рта, а также малой климатической техники. Для указанных товарных групп прирост продаж в штуках составил порядка 50-70% в сравнении с 11 неделями 2019 года. Исходя из этого можно сделать предположение о том, что новости о распространении эпидемии коронавируса повысили значимость в сознании потребителей заботы о персональной гигиене, чистоте личных вещей и мест проживания.

Продажи смартфонов на 10-11-й неделях демонстрировали рост продаж в штуках. Если на 10-й предпраздничной неделе 2020 года продажи выросли на 7% к аналогичной неделе прошлого года, то на 11-ой неделе 2020 года этот прирост составил уже +29%. На 12-й неделе 2020 года было продано на 19% больше, чем год назад в аналогичный период. Средняя цена продаж за эти недели растет за счет увеличения спроса на флагманский сегмент смартфонов с ценой выше 50 тыс. рублей. Продажи премиум сегмента росли на 10-11-й неделях на 23% в штуках к прошлому году. Высокая динамика онлайн-продаж в категории обеспечивается как онлайн-гипермаркетами, так и онлайн-продажами сетей бытовой техники и электроники.

Пока цены в магазинах в основном держатся на прежнем уровне, покупатели торопятся совершить откладывавшиеся покупки телевизоров. Можно отметить очень большой рост продаж ТВ относительно прошлого года на 12-й и 11-й неделях (но результаты 12-й относительно 11-й несколько ниже).

«После столь высоких темпов прироста обычно следует заметное снижение спроса. Сейчас потребители ускоренно осуществляют приобретение тех товаров, которые планировали покупать позже или даже не собирались покупать/обновлять в ближайшее время. Как сам

этот факт, так и справедливо ожидаемый рост цен окажут негативное влияние на спрос далее в 2020 году. Но конечно, ситуация будет варьироваться от категории к категории.

Даже в кризисное время потребителю сложнее отложить покупку действительно необходимых для жизни категорий бытовой техники, а также смартфонов и аксессуаров. Мы ожидаем, что продажи в этих сегментах будут сокращаться меньшими темпами, чем, к примеру, в категориях фото и ноутбуки», - комментирует Андрей Серегин.

### **О GfK**

GfK соединяет данные и научные методы исследований. Наши инновационные решения и методики дают ответы на ключевые вопросы бизнеса о потребителях, рынках, брендах и медиа – сегодня и в будущем. Как партнер в исследованиях и аналитике, GfK обеспечивает своих клиентов знаниями для роста. Это то, что мы называем “Growth from Knowledge”.

Чтобы узнать больше о нас, посетите наш сайт [www.gfk.com](http://www.gfk.com) или [www.gfk.com/ru](http://www.gfk.com/ru) или следите за нашими новостями в Twitter: <https://twitter.com/GfKRussia>.